

Pressemitteilung:

Deutsche sparen bei Lebensmitteln

Günstiger Preis immer wichtiger – Verwendung von Tiefkühlprodukten bleibt hoch

Berlin, 17. November 2022. Die Inflation macht sich zunehmend stärker in den Portemonnaies bemerkbar: Die Menschen in Deutschland konsumieren immer preisbewusster. Günstige Preise sind für 54 Prozent der Verbraucher und Verbraucherinnen beim Einkauf deutlich wichtiger geworden, wie die aktuelle repräsentative Befragung „TK-Trendbarometer“ des Marktforschungsinstituts InnoFact im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts (**dti**) zeigt*. „Das ist noch einmal eine deutliche Zunahme im Vergleich zu unserer Befragung im April 2022, in der bereits 40 Prozent der Befragten einen günstigen Preis als wichtiger gewordenen Entscheidungskriterium nannten“, sagte **dti**-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „Bio“ hat dagegen an Wichtigkeit bei Einkaufsentscheidungen verloren. Kriterien wie „vegetarisch“ und „vegan“ blieben auf niedrigem Niveau stabil.

Verändertes Einkaufsverhalten

Die gestiegene Preissensibilität zeigt sich auch in einem geänderten Einkaufsverhalten: 57 Prozent an, häufiger als zuvor Sonderangebote zu kaufen, 30 Prozent besuchen öfter den Discounter, 27 Prozent greifen verstärkt zu Lebensmitteln mit ablaufendem Haltbarkeitsdatum und knapp jeder Fünfte (24 Prozent) wählt häufiger Handelsmarken. Zwölf Prozent entscheiden sich öfter für Tiefkühlprodukte.

Konsumausgaben werden eingeschränkt

30 Prozent der Befragten, darunter vor allem Jüngere zwischen 18 und 39 Jahren, planen, sich beim Lebensmitteleinkauf einzuschränken. Jeder Dritte (35 Prozent) möchte dies sogar (sehr) stark tun.

Auch bei anderen Konsumausgaben wollen die Menschen in Deutschland sparen: 58 Prozent planen weniger Besuche in der Gastronomie, 53 Prozent wollen weniger Kleidung kaufen, 47 Prozent weniger für Urlaub ausgeben. 44 Prozent der Befragten gaben an, bei Freizeit und Hobby sparen zu wollen. Nur rund jeder Fünfte (21 Prozent) plant überhaupt keine Einschränkungen.

Verwendung von Tiefkühlkost bleibt hoch

Auch in Krisenzeiten spielen Tiefkühlprodukte in Deutschland weiterhin eine wichtige Rolle bei der Ernährung: Vor allem die Vielverwender greifen öfter in der Tiefkühlabteilung zu (15 Prozent). Bei den Jüngeren zwischen 18 und 39 Jahren geben sogar 17 Prozent an, dass sie mehr Tiefkühlkost kaufen. Besonders beliebt bei den jüngeren Befragten sind aktuell die Warengruppen Pizza und Pommes, bei den ab 40-Jährigen ist es tiefgekühlter Fisch. „Gerade in unsicheren Zeiten bieten Tiefkühlprodukte Versorgungssicherheit und viele Vorteile“, sagt **dti**-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „Sie sind nicht nur natürlich frisch und voller Vitamine und Nährstoffe –

tiefgekühlte Produkte lassen sich auch gut bevorraten und bieten so saisonunabhängige Verlässlichkeit. Da sie gut portionierbar sind, entstehen weniger Lebensmittelabfälle im Haushalt. Das ist nicht nur gut für die Umwelt, sondern schont auch den strapazierten Geldbeutel.“

* Information zum Studiendesign: Ende Oktober 2022 wurden 1.027 onlinebasierte Interviews geführt im Rahmen der Onlinebefragung aus dem Innofact Consumer Panel

Diese Pressemitteilung finden Sie auf unserer Website unter www.tiefkuehlkost.de.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Nina Kollas

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12

Mail: kollas@tiefkuehlkost.de